

**TINGKAT OBJEKTIVITAS PEMBERITAAN KAMPANYE
TERBUKA CAPRES DAN CAWAPRES DALAM PILPRES
INDONESIA 2019 DI MEDIA ONLINE OKEZONE.COM,
VIVA.CO.ID, MEDIAINDONESIA.COM DAN REPUBLIKA.CO.ID**

SKRIPSI



Disusun oleh:

Angela Yerosela Ramonda Cahyanti

NRP.1423016048

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
SURABAYA
2019**

SKRIPSI

TINGKAT OBJEKTIVITAS PEMBERITAAN KAMPANYE TERBUKA CAPRES DAN CAWAPRES DALAM PILPRES INDONESIA 2019 DI MEDIA ONLINE OKEZONE.COM, VIVA.CO.ID, MEDIAINDONESIA.COM DAN REPUBLIKA.CO.ID

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Dalam Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala
Surabaya**



Disusun oleh:

Angela Yerosela Ramonda Cahyanti

NRP.1423016048

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA**

2019

SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS

Dengan ini, saya

Nama : Angela Yerosela Ramonda Cahyanti

NRP : 1423016048

menyatakan bahwa apa yang saya tulis dalam skripsi berjudul :

Objektivitas Pemberitaan Kampanye Terbuka Capres dan Cawapres dalam Pilpres Indonesia 2019 di Media *Online* Okezone.com, Viva.co.id, Mediaindonesia.com dan Republika.co.id.

adalah benar adanya dan merupakan hasil karya saya sendiri. Segala kutipan karya pihak lain telah saya tulis dengan menyebutkan sumbernya. Apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiasi maka saya rela gelar keserjanaan saya dicabut.

Surabaya, 18 Desember 2019

Penulis



Angela Yerosela R.C

1423016048

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

TINGKAT OBJEKTIVITAS PEMBERITAAN KAMPANYE TERBUKA CAPRES DAN CAWAPRES DALAM PILPRES INDONESIA 2019 DI MEDIA ONLINE OKEZONE.COM, VIVA.CO.ID, MEDIAINDONESIA.COM DAN REPUBLIKA.CO.ID

Oleh :

Angela Yerosela Ramonda Cahyanti

NRP. 1423016048

Skripsi ini telah disetujui oleh dosen pembimbing penulisan skripsi untuk diajukan ke tim penguji skripsi.

Pembimbing I : Dr. Drs. Nanang Krisdinanto, M.Si.

(.....)

NIDN. 0726126602

Pembimbing II : Dr. Judy Djoko Wahjono T., S.E., M.Si.

(.....)

NIK. 142.LB.0882

Surabaya, 25 November 2019

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji Skripsi
Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya
dan diterima untuk memenuhi sebagian dari persyaratan
memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

pada : Rabu, 18 Desember 2019

Mengesahkan,



Dewan Penguji:

1. Ketua : Yuli Nugraheni, S.Sos., M.Si.

NIDN. 0630077303

2. Sekretaris : Dr. Drs. Nanang Krisdinanto, M.Si.

NIDN. 0726126602

3. Anggota : Anastasia Yuni W. S.Sos., M.Med,Kom.

NIDN. 0701067803

4. Anggota : Dr. Judy Djoko Wahjono T., S.E., M.Si.

NIK. 142.LB.0882

LEMBAR PERSETUJUAN
PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya (UKWMS)

Nama : Angela Yerosela Ramonda Cahyanti

NRP : 1423016048

Menyetujui Skripsi / Karya Ilmiah saya

Judul : **Objektivitas Pemberitaan Kampanye Terbuka Capres dan Cawapres dalam Pilpres Indonesia 2019 di Media *Online* Okezone.com, Viva.co.id, Mediaindonesia.com dan Republika.co.id.**

Untuk dipublikasikan atau ditampilkan di Internet atau media lain (Digital Library Perpustakaan UKWMS) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Undang – Undang Hak Cipta.

Demikian surat pernyataan persetujuan publikasi Karya Ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 18 Desember 2019

Yang menyatakan



Angela Yerosela R.C

KATA PENGANTAR

Terima kasih kepada Tuhan Yang Maha Esa atas restu dan berkatNya, skripsi ini dapat peneliti selesaikan. Tujuan dari pembuatan skripsi ini adalah sebagai syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak. Banyaknya bantuan berupa bimbingan, dukungan semangat, motivasi, dan doa telah penulis terima sehingga pembuatan skripsi bisa berjalan dengan lancar. Oleh sebab itu peneliti tidak lupa mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang sudah membantu, yaitu :

1. Kepada Tuhan karena telah melindungi, menyertai, memberkati penulis dimanapun dan kapanpun hingga skripsi ini bisa selesai.
2. Kepada kedua Orang tua yang penulis sayang dan cintai, Mama dan Ayah karena sudah mau membantu dengan dukungan doa, semangat dan cinta.
3. Kepada kakak peneliti tersayang, Theresia Apriliani Yosefine karena juga sudah membantu dengan dukungan doa, semangat dan cinta.
4. Kepada Dr. Nanang Krisdinanto, Drs., M.Si. dan Dr. Judy Djoko Wahjono Tjahjo, S.E., M.Si. sebagai Dosen Pembimbing yang mau mengarahkan, membimbing dan sabar kepada peneliti selama pengerjaan proposal skripsi.
5. Yuli Nugraheni., S.Sos., M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Jika tanpa dorongannya, penulis tidak dapat menyelesaikan proposal skripsi ini.

6. Kepada media *online* okezone.com, viva.co.id, mediaindonesia.com dan republika.co.id yang telah bersedia membagikan informasinya kepada peneliti.
7. Kepada Khilmi Sabikhisma Jane yang telah memberi dukungan kepada penulis serta memberikan semangat dan motivasi untuk menyelesaikan skripsi ini.
8. Teman-teman dekat penulis yang terkasih yaitu Nita Rosita, Refista Tansia, Grace Bersyeba, Michelle Victoria dan Martha Chrisma yang telah memberi semangat dan dukungan untuk penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
9. Kepada teman-teman Ormawa Fikom yang sudah sama sama berproses.
10. Berbagai pihak yang tidak dapat disebutkan oleh penulis satu persatu, yang telah membantu serta memberikan dukungan dan semangat untuk menyelesaikan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca teristimewa adik-adik di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR BAGAN.....	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
ABSTRAK.....	xv
<i>ABSTRACT</i>	xvi
BAB I. PENDAHULUAN	1
I.1. Latar Belakang	1
I.2. Rumusan Masalah	14
I.3. Tujuan Penelitian	14
I.4. Batasan Masalah.....	14

I.5. Manfaat Penelitian	14
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	16
II.1. Kerangka Teori	16
II.1.1 Objektivitas Pemberitaan	16
II.1.2 Berita Politik	22
II.1.3 Media <i>Online</i>	24
II.1.4 Media dan Politik	26
II.1.5 Kepemilikan Media	27
II.1.6 Analisis Isi	29
II.2. Nisbah Antar Konsep.....	30
II.3. Bagan Kerangka Konseptual.....	32
BAB III. METODOLOGI PENELITIAN	33
III.1. Jenis Penelitian	33
III.2. Metode Penelitian	33
III.3. Identifikasi Variabel Penelitian	34
III.4. Definisi Konseptual	34
III.5. Definisi Operasional	34
III.6. Populasi dan Sampel.....	38
III.7. Teknik Penarikan Sampel	39
III.8. Teknik Pengumpulan Data	40
III.9. Uji Keabsahan Data	40
III.10. Teknik Analisis Data	41
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	43
IV.1. Gambaran Subjek Penelitian	43
IV.1.1. Okezone.com: Keberagaman Konten	43
IV.1.2. Viva.co.id: Bahan Bacaan Cepat.....	45
IV.1.3. Republika.co.id: Menyediakan Berbagai Fitur Baru.	46

IV.1.4. Mediaindonesia.com: Hasil Manajemen Baru	47
IV.2. Uji Reliabilitas.....	48
IV.3. Hasil Penelitian dan Pembahasan	50
IV.3.1. Dimensi <i>Truth</i> : Fakta Sosiologis dan Akurasinya Tinggi	50
IV.3.1.1 Subdimensi <i>Factualness</i>	50
IV.3.1.2 Subdimensi Akurasi	57
IV.3.2 Dimensi Relevan: <i>Significance, Prominance, Proximity</i>	
Mendominasi	63
IV.3.2.1 Indikator <i>Significance</i>	63
IV.3.2.2 Indikator <i>Prominance</i>	68
IV.3.2.3 Indikator <i>Magnitude</i>	72
IV.3.2.4 Indikator <i>Timeliness</i>	76
IV.3.2.5 Indikator <i>Proximity</i>	79
IV.3.3 Dimensi <i>Impartiality</i> : Netralitas Kuat, <i>Balance</i> Lemah	83
IV.3.3.1 Subdimensi Netralitas.....	83
IV.3.3.2 Subdimensi <i>Balance</i>	100
IV.4 Nilai Tertinggi dan Terendah pada Indikator Berita.....	105
IV.5 Skor Total Objektivitas Subjek Penelitian.....	113
IV.6 Objektivitas Pemberitaan Tertinggi dan Terendah	114
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	120
V.1 Kesimpulan	120
V.2 Saran	121
DAFTAR PUSTAKA	122
LAMPIRAN	126

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1 Berita berjudul “Jokowi Ajak Ribuan Pendukungnya	5
Gambar I.2 Berita berjudul “Kampanye Akbar di GBK, Prabowo	7
Gambar I.3 Berita berjudul “Ratusan Relawan Jokowi-Amin.....	8
Gambar I.4 Berita berjudul “Jokowi: Negara Jangan Dipimpin	9

DAFTAR BAGAN

Bagan I.1 Jumlah penduduk yang menggunakan internet	3
Bagan II.1 Skema konsep objektivitas pemberitaan	17

DAFTAR TABEL

Tabel IV.1 Hasil Uji Realiabilitas.....	51
Tabel IV.2 Subdimensi <i>Factualness</i>	57
Tabel IV.3 Subdimensi Akurasi.....	64
Tabel IV.4 Indikator <i>Significance</i>	68
Tabel IV.5 Indikator <i>Prominance</i>	72
Tabel IV.6 Indikator <i>Magnitude</i>	76
Tabel IV.7 Indikator <i>Timeliness</i>	79
Tabel IV.8 Indikator <i>Proximity</i>	84
Tabel IV.9 Pencampuran Fakta dan Opini.....	91
Tabel IV.10 Kesesuaian Judul dengan Isi.....	95
Tabel IV.11 Tabel Dramatisasi.....	101
Tabel IV.12 Tabel <i>Cover Both Side</i>	102
Tabel IV.13 Tabel Nilai Imbang.....	106
Tabel IV.14 Tabel Tinggi dan Rendahnya Setiap Indikator.....	112

ABSTRAK

Angela Yerosela Ramonda Cahyanti NRP. 1423016048. *Objektivitas pemberitaan kampanye terbuka capres dan cawapres dalam Pilpres Indonesia 2019 di media online okezone.com, viva.co.id, mediaindonesia.com dan republika.co.id.*

Pemilihan Presiden Indonesia 2019 kali ini diikuti oleh dua kandidat, yaitu Joko Widodo yang berpasangan dengan Ma'ruf Amin serta Prabowo Subianto yang berpasangan dengan Sandiaga Uno. Pemilihan tahun ini menjadi menarik untuk diteliti terutama dalam hal pemberitaan di media *online*. Sebab saat ini banyak sekali partai politik bahkan anggota tim sukses dalam pemilihan Presiden Indonesia 2019 yang berafiliasi dengan media *online*. Dengan adanya afiliasi antara partai politik dengan media *online* di sini, membuat keraguan dalam hal keobjektivas pemberitaan yang disajikan oleh beberapa media *online*. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah objektivitas pemberitaan, berita politik, media *online*, media dan politik, kepemilikan media dan analisis isi. Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif. Metode yang digunakan adalah analisis isi. Pemberitaan kampanye terbuka capres dan cawapres dalam Pilpres 2019 di media *online* okezone.com, viva.co.id, mediaindonesia.com, republika.com sebanyak 293 berita. Dan hasil dari penelitian ini, bahwa keempat media *online* tersebut memiliki objektivitas tinggi. Namun republika.co.id merupakan media *online* yang mengandung objektivitas paling tinggi. Sedangkan viva.co.id merupakan media *online* yang mengandung objektivitas paling rendah.

Kata Kunci : Objektivitas, Jokowi-Ma'ruf, Prabowo-Sandiaga, Media *Online*.

ABSTRACT

Angela Yerosela Ramonda Cahyanti NRP. 1423016048. *The level of objectivity of the open campaign about presidential and vice presidential candidates in 2019 Indonesian General Election on online media okezone.com, viva.co.id, mediaindonesia.com and republika.co.id.*

The 2019 Indonesian Presidential Election was joined by two candidates, there was Joko Widodo who was partnered with Ma'ruf Amin and Prabowo Subianto who was paired with Sandiaga Uno. This year's election is interesting to do some research, especially in terms of reporting in online media. Because in this time, there was a lot of political parties indeed successful team members in the 2019 Indonesian Presidential election affiliated with online media. As with the affiliation between political parties and online media, it makes doubts about the objectivity of the news by several online media. This research used some theory which of them are news objectivity, political news, online media, media and politics, media ownership and content analysis. The approach used is a quantitative approach. The method used is content analysis. The coverage about open campaign presidential and vice presidential in 2019 Presidential Election on online media are okezone.com, viva.co.id, mediaindonesia.com, republika.com as many as 293 news. And the results of this research is that the four online media have high objectivity. With that result republika.co.id is an online media that contains the highest objectivity, then viva.co.id, mediaindonesia.com and also okezone.com is online media that contains with the lowest objectivity.

Keyword : Objectivity, Jokowi-Ma'ruf, Prabowo-Sandiaga, Online Media.